

图书基本信息

书名：<<CD-R如何提高医药商务主管的销售管理技能 (平装)>>

13位ISBN编号：9787900663580

10位ISBN编号：7900663584

出版时间：2006年3月1日

出版时间：第1版 (2006年3月1日)

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

内容概要

随着医药商业政策及环境的变化，药品的分销系统已经发生并且即将发生更大的变化，为此各医药企业采取重组、创新的经营策略，加强销售渠道的建设和管理，加强自身商务队伍的建设及人员素质、业务水平的提高，从而以更加强大完善的网络和过硬的管理迎接未来商业环境的竞争与挑战。

本课程通过深入浅出的讲解和丰富生动的案例，系统讲授了医药商务主管的岗位职责、素质要求、销售渠道的设计、商业客户的开发管理及建立信用管理体系等一系列销售管理知识，使商务主管切实掌握医药销售渠道管理的相关技能，增强开拓市场的能力，最终促进企业销售业绩的持续提升。

书籍目录

第一讲 医药商务主管角色认知

- 1.引言
- 2.医药商务主管角色认知
- 3.医药商务主管的业务内容与管理误区
- 4.如何提高医药商务主管的销售技能

第二讲 销售渠道的设计与选择

- 1.销售渠道的功能
- 2.销售渠道的核心问题
- 3.销售渠道的设计与选择

第三讲 医药企业销售渠道的特点

- 1.引言
- 2.医药企业销售渠道的模式
- 3.变革中医药销售渠道的特点
- 4.未来药品市场的格局与趋势

第四讲 医药企业销售渠道策略

- 1.医药企业销售渠道的常见问题
- 2.渠道问题产生的原因
- 3.医药企业销售渠道策略

第五讲 商业客户的开发

- 1.引言
- 2.商业客户的细分
- 3.商业客户的开发

第六讲 商业客户的管理

- 1.引言
- 2.商业客户分类与考评的原则和方法
- 3.商业客户的激励与分级管理
- 4.商业政策及销售协议、销售合同管理

第七讲 销售渠道的冲突及解决

- 1.引言
- 2.渠道冲突是不可避免的
- 3.解决渠道冲突的有效程序和方法
- 4.如何处理商业客户之间窜货

第八讲 建立信用管理体系的必要性和途径

- 1.传统应收账管理的困惑

- 2.建立完善信用管理体系的途径

第九讲 建立信用管理体系的具体方法（上）

- 1.引言
- 2.事前管理
- 3.事中管理

第十讲 建立信用管理体系的具体方法（下）

- 1.事后管理
- 2.信用管理小结和实际问题讨论

第十一讲 深度市场开发的意义与策略

- 1.引言
- 2.深度市场开发的意义

3.深度市场开发的策略

第十二讲 深度市场开发的主要内容与具体方法

1.引言

2.深度市场开发的主要内容

3.深度市场开发的具体方法

第十三讲 建立二级分销体系

1.引言

2.要不要管理二级商

3.管理二级商的方法

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>